

Ponad 350 osób uczestniczyło w tegorocznym Kongresie Firm Rodzinnych, który odbył się 7 czerwca. Wydarzenie integruje dolnośląskich przedsiębiorców, promuje polskie marki oraz popularyzuje wiedzę o firmach rodzinnych.



Fot 1. Sesja plenarna „Trendy, których firmy rodzinne nie mogą ignorować” prowadzona przez Dominikę Cebrat z PKO Bank Polski z udziałem Marty Petki-Zagajewskiej kierownik zespołu analiz makroekonomicznych w PKO Bank Polski i Tomasza Michonia członka zarządu firmy Zabert.

Nie ma branży, w której nie działałyby firmy rodzinne. Mogą być małymi manufakturami rzemieślniczymi lub wielkimi przedsiębiorstwami zatrudniającymi tysiące pracowników. Jedne działają lokalnie, inne rozwinęły się tak bardzo, że podbijają kraj a nawet rynki zewnętrzne i stają się markami globalnymi. Mimo różnorodności łączy je jednak kilka wspólnych cech, które wynikają z rodzinnego charakteru, a co za tym idzie i wspólne wyzwania – to one są przedmiotem dyskusji podejmowanych na Kongresie Form Rodzinnych.

Doroczne wydarzenie jest miejscem spotkania dla przedsiębiorców rodzinnych, mogą tu zaktualizować wiedzę i zgłębić aktualne trendy dzięki obecności ekspertów i analityków, wymienić się doświadczeniami i uczyć od siebie wzajemnie w oparciu o konkretne przykłady i historie.

– W tym roku wybrzmiał wątek regionalności, o którym coraz częściej się mówi w kontekście łańcuchów dostaw, które powinny być już nie tylko tanie, ale przede wszystkim bezpieczne. Okazuje się, że firmy rodzinne są w tym obszarze niezastąpionym partnerem biznesowym, ponieważ pozwalają na skrócenie łańcucha dostaw a ich właściciele własnym nazwiskiem gwarantują rzetelność. Poza tym silnie identyfikują się ze swoim regionem, a w szerszym ujęciu współpraca z nimi powoduje zatrzymanie kapitału w kraju, co przekłada się na wsparcie rynku lokalnego – relacjonuje dr hab. Krzysztof Safin, prof. WSB, inicjator Kongresu Firm Rodzinnych.

Jak wskazuje nazwa piątej edycji Kongresu – „Odnowa od nowa”, tematem tegorocznych dyskusji było odnajdywanie się przedsiębiorców w rzeczywistości ulegającej w ostatnich latach znaczącym przemianom. Sesje plenarne poświęcone były najnowszemu trendom,

współpracy dużych partnerów biznesowych z mniejszymi przedsiębiorcami, którymi są często właśnie lokalne firmy rodzinne. Dyskutowano również o Polskim Ładzie i sukcesji, która choć jest tematem nierozzerwalnie związanym z samym faktem istnienia firmy rodzinnej, to zaczyna być postrzegana w nowym ujęciu.

- Sukcesja to zmiana wewnątrz organizacji. Polskie firmy rodzinne, których wiele było zakładanych 30-40 lat temu, są obecnie na etapie przekazywania sterów przez starsze pokolenie młodszemu. Dotychczasowe ujęcie tematu sukcesji było związane z perspektywą seniora, który zastanawiał się czy to już czas na ustąpienie, czy dzieci będą chciały przejąć firmę, czy sobie z tym poradzą. Były to niejako dylematy polskich przedsiębiorców w fazie przed sukcesyjnej, która w wielu firmach przeszła już w fazę sukcesji, czyli objęcia zarządzania firmą przez kolejne pokolenie właścicieli. I okazuje się, że przedsiębiorcy są znowu na nowym etapie – sukcesorzy są ambitni, chcą udowodnić rodzicom, że zostali słusznie wybrani do powierzonych im ról w firmie, niejednokrotnie muszą podnieść swoje kompetencje, mają też oczekiwania. To nowe otwarcie w obszarze prowadzenia firmy rodzinnej, bo słyszymy tu już dwa partnerskie głosy – seniora i jego następcy – mówi dr hab. Krzysztof Safin, prof. WSB.



Fot. 2. Sesja plenarna „Życie zaczyna się po sukcesji – wyzwania dla sukcesorów, seniorów, pracowników i otoczenia” prowadzona przez Małgorzatę Kuik i Maję Jabłońską z Grant Thornton z udziałem Agnieszki Blachetay prezes zarządu Huty Szkła Kryształowego Julia w Piechowicach, Eweliny Pisarczyk prezes zarządu firmy MP MAJSTER-POL i Radosława Kohuta Prezesa Elko-Bis.

Wrocławski kongres jest nie tylko spotkaniem, ale też świętem przedsiębiorczości rodzinnej i okazją do zaprezentowania szerokiej publiczności firm, z których wszyscy możemy czuć się dumni. Jednym z celów przyświecających organizatorom jest promocja polskiej przedsiębiorczości i innowacyjności. Wyrazem tego jest organizowany już drugi raz Konkurs Promotor Przedsiębiorczości Rodzinnej, którego wyniki ogłaszane są na Kongresie

podczas gali konkursowej.

Często konsument nie ma świadomości, że usługi i produkty, z których korzysta powstały dzięki zaangażowaniu konkretnej rodziny przedsiębiorców. Rośnie na popularności trend, w którym to sami przedsiębiorcy informują o tym, że są firmą rodzinną, za którą stoją ich wartości, tradycja i niejednokrotnie praca kilku pokoleń. Tych przedsiębiorców, którzy promując swoją firmę i pokazując jej rodzinny charakter promują jednocześnie przedsiębiorczość rodzinną, organizatorzy nagradzają i wyróżniają w Konkursie Promotor Przedsiębiorczości Rodzinnej.

W tym roku nagrodzeni zostali:

- Henryk Orfinger założyciel firmy Dr Irena Eris – nagrodzony w kategorii „Działalność na rzecz rozwoju i wspierania przedsiębiorczości rodzinnej”,
- Szynaka Meble – firma nagrodzona w kategorii „System promocji rodzinnego charakteru własnej firmy”, która w tym roku obchodzi jubileusz 65 lat działalności. Nagrodę odebrała Alina Szynaka i Aleksandra Szynaka, współwłaścicielki firmy.

Przyznano również wyróżnienia w konkursie dla trzech firm, odebrali je Maciej Siejka współwłaściciel firmy Massi, Mateusz Grabowski właściciel Karty Grabowski oraz Barbara i Kamil Stelmach właściciele Eterno. Zwycięzcy otrzymali unikalne kryształowe statuetki, które powstały w Hucie Szkła Kryształowego Julia – również będącej firmą rodzinną, a ufundowane zostały przez Grupę Wróbel i Grant Thornton. Przedsiębiorcy wyróżnieni otrzymali natomiast prestiżowe zestawy Polski Stół, będące wspólnym dziełem dolnośląskich firm rodzinnych – Huty Julia, fabryki porcelany Kristoff oraz Manufaktury w Bolesławcu. Galę wręczenia nagród poprowadziła Dominika Wajnert sukcesorka w firmie Wajnert Meble.



Fot. 3. Gala Konkursu Promotor Przedsiębiorczości Rodzinnej. Od lewej: Michał Łuczak prezes zarządu Mercedes-Benz Grupa Wróbel i członek kapituły konkursu, Dominika Wajnert sukcesorka w Wajnert Meble i ambasadorka Kongresu Firm Rodzinnych, Dariusz Bednarski z Grant Thornton członek kapituły konkursu, dr hab. Krzysztof Safin, prof. WSB przewodniczący kapituły konkursu, wyróżnieni w konkursie: Maciej Siejka współwłaściciel firmy Massi, Mateusz Grabowski właściciel Karty Grabowski, Barbara i Kamil Stelmach właściciele Eterno, zwycięzcy w konkursie Alina i Aleksandra Szyńska współwłaścicielki Szyńska Meble i Henryk Orfinger współzałożyciel firmy Dr Irena Eris.



Fot. 4. Henryk Orfinger, współzałożyciel firmy Dr Irena Eris, laureat Konkursu Promotor Przedsiębiorczości Rodzinnej.

*- Kongres Firm Rodzinnych to święto dolnośląskich firm rodzinnych.
Przedsiębiorcy chętnie mówią o swoich doświadczeniach i planach, chcą*

dzielić się pomysłami. Przygotowując tematykę tegorocznego Kongresu, zapytaliśmy przedsiębiorców o czym chcą rozmawiać. Były to podatki, inflacja, pojawiające się nowe trendy i sukcesja. I o tych zagadnieniach rozmawialiśmy podczas 5. Kongresu Firm Rodzinnych. Nowością była strefa prezentacji dolnośląskich produktów. Mam nadzieję, że odpowiedzieliśmy na potrzeby dolnośląskich firm – mówi Dominika Cebrat, dyrektor Biura Wsparcia Biznesu z Regionalnego Oddziału Detalicznego we Wrocławiu PKO Banku Polskiego.

W strefie prezentacji uczestnicy mogli degustować i zakupić produkty od dolnośląskich producentów m.in.: kiszzonek, lodów, soków, miodów, słodyczy a także rzemieślniczych wyrobów galanteryjnych i ceramicznych. Przedsiębiorcy mogli również korzystać z obecności doradców i instytucji wspierających rozwój biznesu.

W tegorocznej edycji Kongresu wzięło udział ponad 350 osób. Wydarzenie odbyło się 7 czerwca we Wrocławskim Centrum Kongresowym przy Hali Stulecia we Wrocławiu.

Organizatorem wydarzenia była Wyższa Szkoła Bankowa we Wrocławiu wraz z działającym przy uczelni Centrum Biznesu Rodzinnego, partnerem merytorycznym Grant Thornton, sponsorem strategicznym PKO Bank Polski SA. Wydarzenie objęte było patronatem honorowym Marszałka Województwa Dolnośląskiego Cezarego Przybylskiego.

źródło informacji: mat. prasowe WSB